

# 5<sup>a</sup> oleada I Barómetro COVID-19 y Marketing en España

Actualizado a 16 septiembre de 2020

**Good Rebels**

# Introducción

La crisis del coronavirus es una catástrofe humanitaria y económica. Desde Good Rebels, **y con la colaboración de la Asociación de Marketing de España**, estamos recabando y compartiendo todos los datos que puedan ayudarnos a comprender y afrontar desde la perspectiva del marketing esta situación sin precedentes.

Compartimos los datos de la **quinta oleada del I Barómetro COVID-19 y Marketing en España**, que durante los últimos meses ha tratado de aportar visión a los directores de marketing y comunicación sobre el impacto de la crisis desde múltiples perspectivas: consumidor, marcas, medios, negocio, etc.

Actualizamos los datos periódicamente, manteniendo algunas preguntas, evolucionando otras y añadiendo nuevas según se desenvuelven los acontecimientos, con el objetivo de proporcionar información relevante y actualizada para la toma de decisiones estratégicas.



Fernando Polo,  
CEO Good Rebels



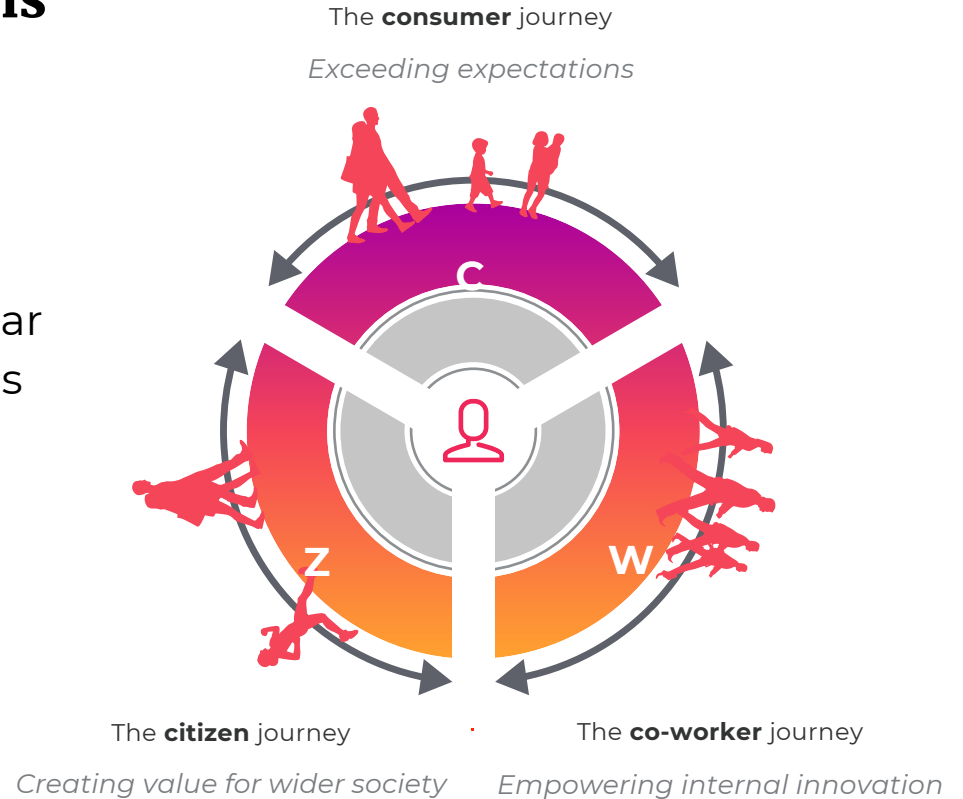
Juan Luis Polo,  
Founder Good Rebels

Puedes mantenerte actualizado de las siguientes oleadas del Barómetro y las recomendaciones para CMOs y CCOs aquí:

[covid-19.goodrebels.com/es](https://covid-19.goodrebels.com/es)

# Human-Centered Organisations

Creemos en las organizaciones centradas en las personas y en mejorar las relaciones de las empresas con sus clientes, empleados y la sociedad en general.





5ª Oleada | Barómetro COVID-19 y Marketing

# Resultados

# Key insights

01

## ***Cultura digital como prioridad estratégica***

El Covid-19 ha puesto de manifiesto que la transformación digital de las empresas estaba menos avanzada de lo deseado.

La cultura digital ha sido la asignatura pendiente en muchas de las organizaciones y un **26,8% de las empresas encuestadas aseguran que es el proyecto al que se le ha imprimido una mayor aceleración tras el cese del estado de alarma.**

A su vez, en las compañías de más de 100 empleados, los resultados indican que **el CEO deberá centrarse de manera prioritaria en gestionar una cultura corporativa ágil y colaborativa (14,9%)** antes de hacer frente a otros retos.

02

## **Necesidad de un plan de recuperación poscovid**

Seis meses después de que se declaró la pandemia, **el 29,70% de las empresas asegura que no tienen definida una clara estrategia pos-COVID, aunque la organización o el sector se hayan visto afectados por la crisis.**

La transformación de los hábitos y comportamientos de las personas durante la crisis sanitaria ha obligado a un buen número de empresas a replantear su hoja de ruta de cara al futuro. Así lo confirma que el **75,25% de los encuestados en este informe aseguran que “la estrategia comercial debe cambiar porque los hábitos de nuestros clientes también han cambiado”.**

03

## **Los proyectos digitales se aceleran**

Estamos en una nueva era de superdigitalización para las compañías y su capacidad para responder ágilmente a los desafíos digitales configurará un nuevo escenario competitivo en muchos sectores.

Además de impulsar una cultura digital, **para un 13,8% de las compañías será prioridad el desarrollo y optimización de sus activos digitales (web, apps, etc.), los proyectos vinculados con la experiencia de cliente (12,3%), las ventas digitales (12%) y la automatización de los procesos (12%).**

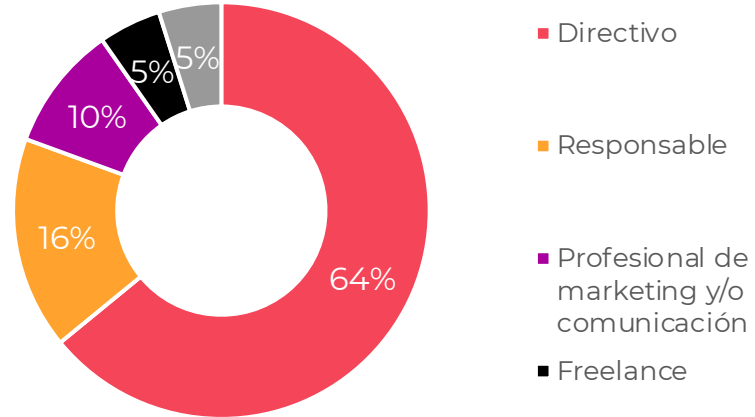
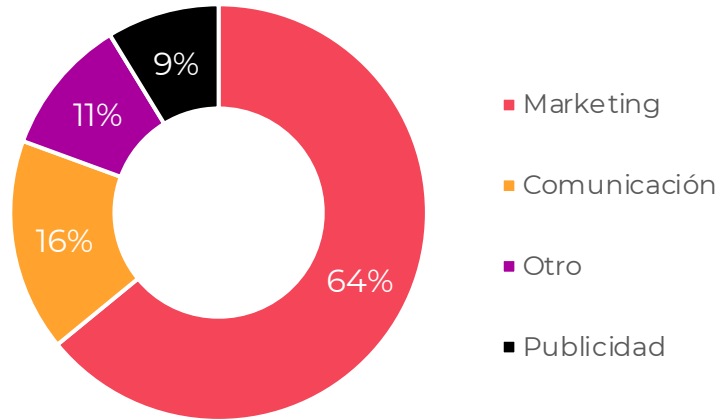
04

## **Horizonte de recuperación desigual**

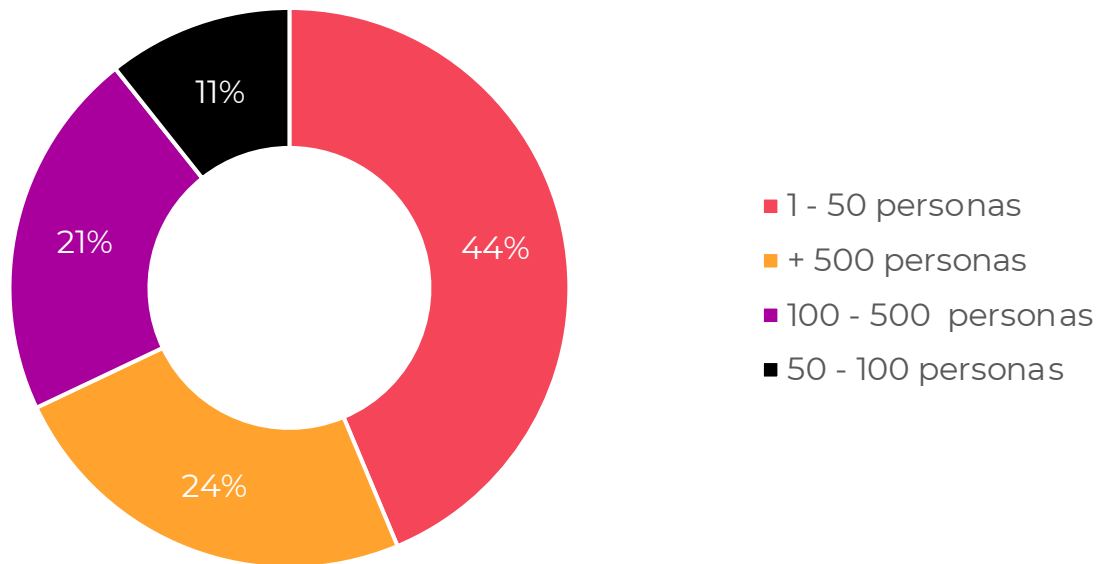
Los meses transcurridos tras la desescalada han influido negativamente en la percepción de los encuestados en cuanto a la recuperación de los sectores industriales.

Respecto a la tercera oleada del Barómetro realizada el pasado mes de abril, se considera que los sectores de **Automoción (74,8%), Viajes (84,5%), Hoteles (83,5%), Ocio y Cultura (57,3%) y Transportes (54,4%) tardarán en recuperarse más de lo pronosticado, prolongándose más allá de los 12 meses.**

# Ámbito de responsabilidad y cargo

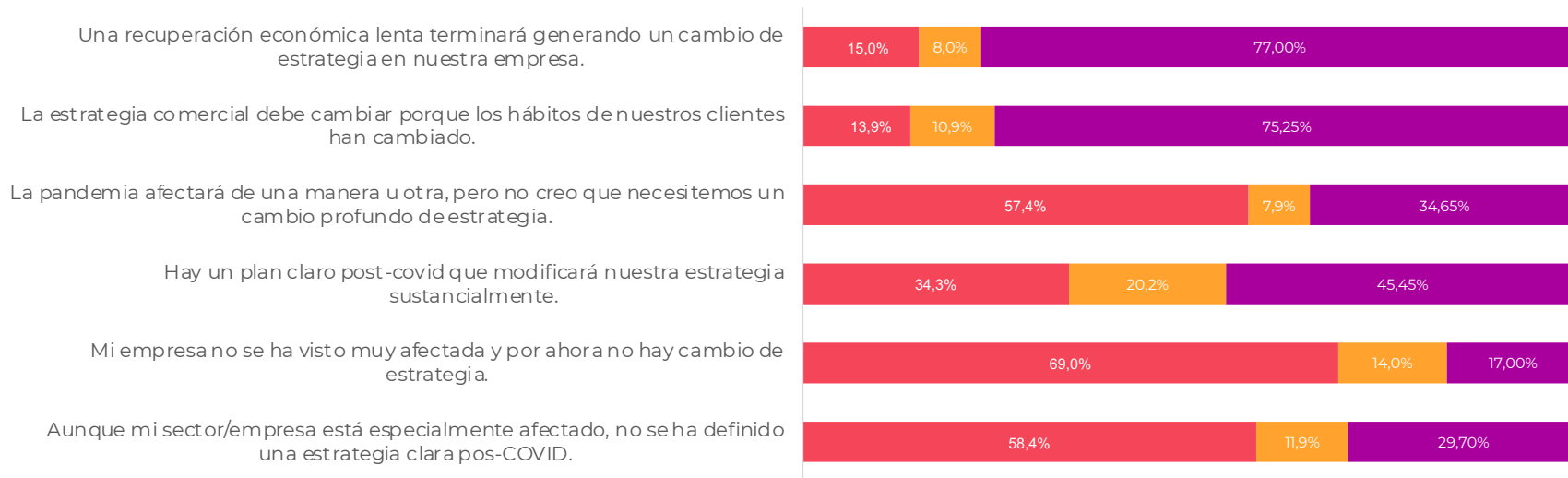


# Tamaño de la compañía



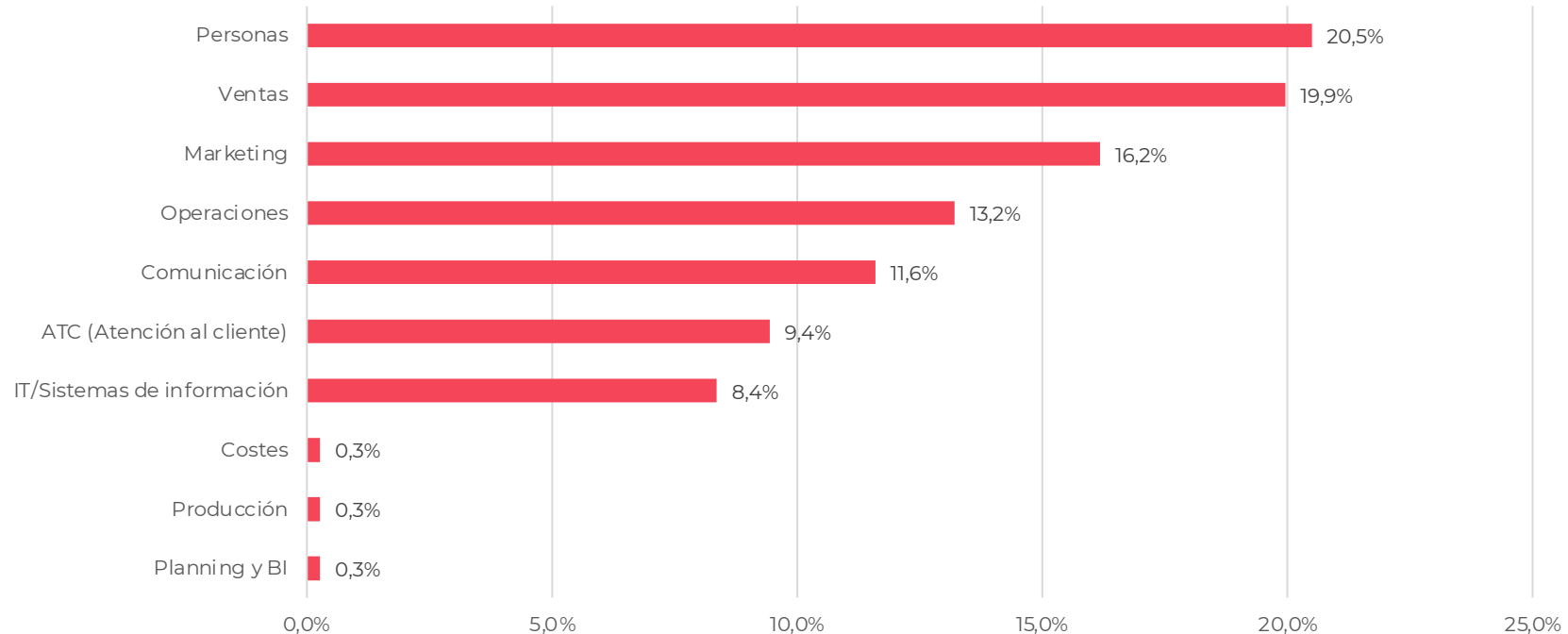
# ¿Ha supuesto el COVID-19 un cambio en la estrategia de tu compañía? ¿Se ha modificado la hoja de ruta de la empresa?

■ Totalmente en desacuerdo / En desacuerdo   ■ Neutral   ■ Totalmente de acuerdo / De acuerdo

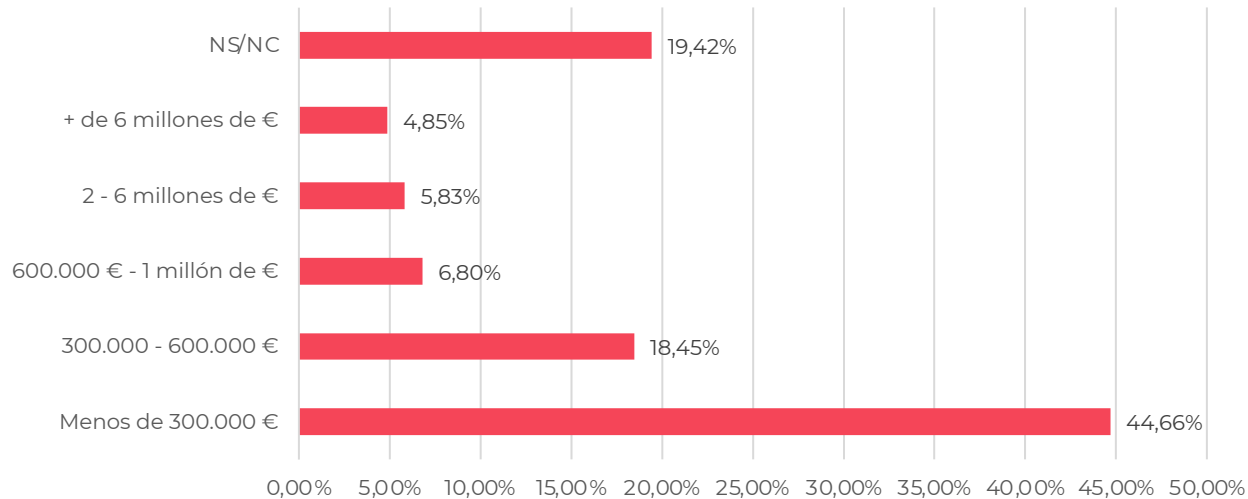




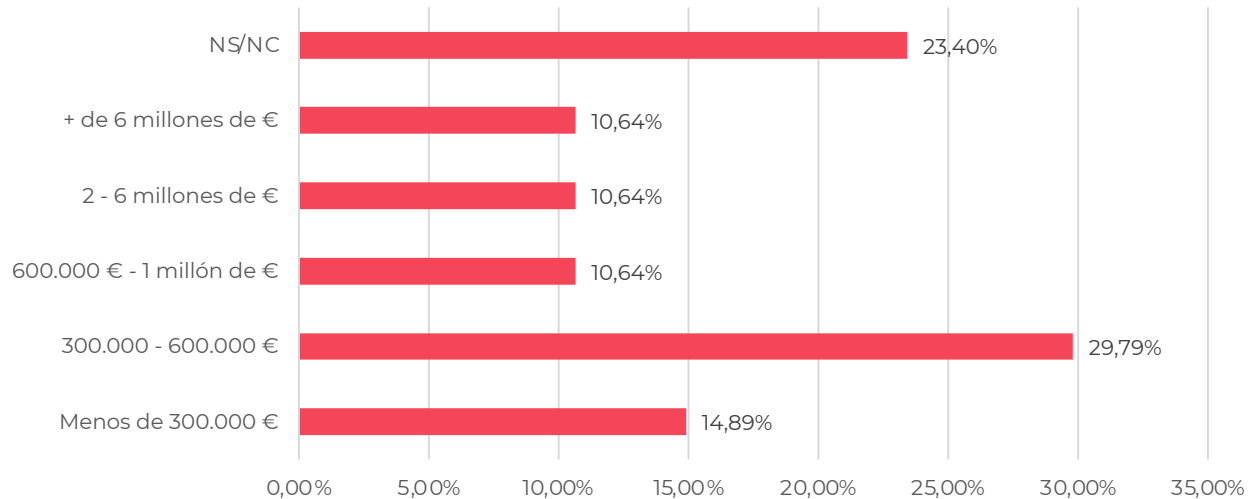
# ¿Qué áreas de la organización están viviendo los mayores cambios?



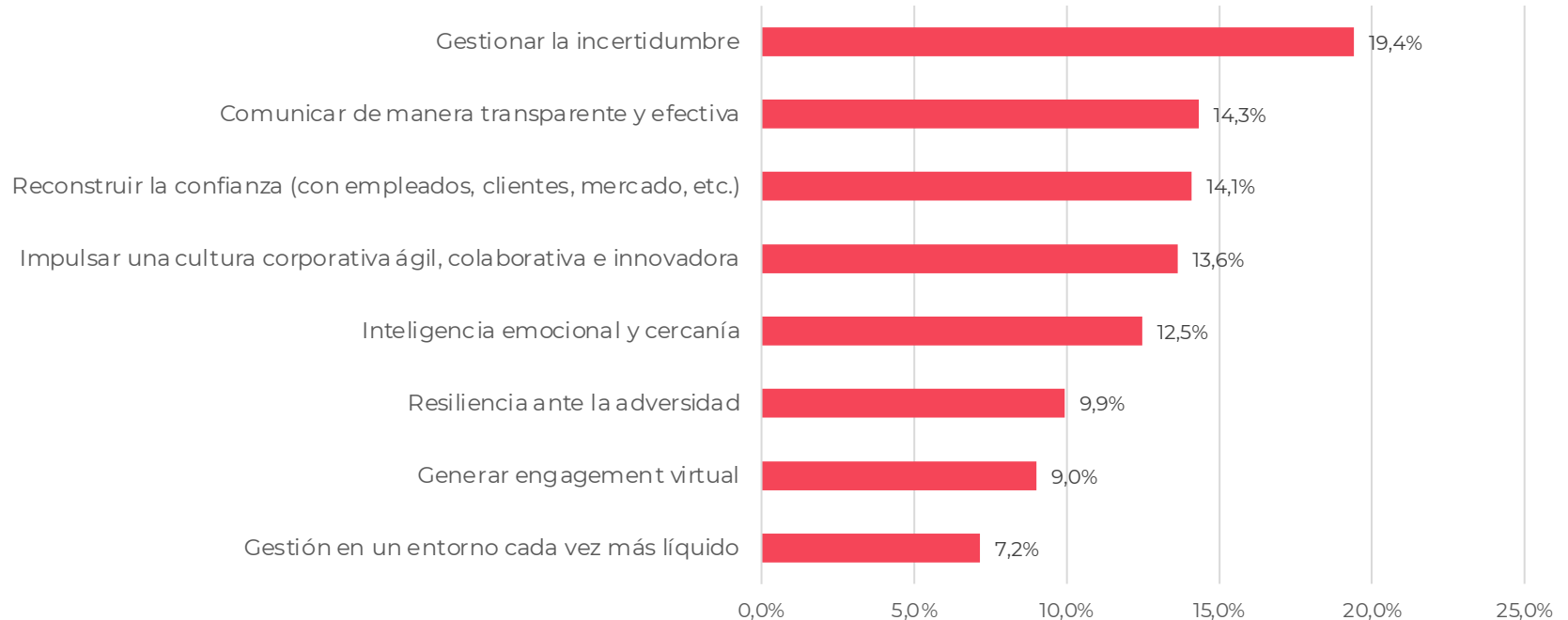
# ¿Qué inversión económica estimas que tendría que hacer tu organización para acometer un plan de recuperación pos-COVID? (negocio digital, cultura, tecnología, acondicionamiento instalaciones, etc.)



# ¿Qué inversión económica estimas que tendría que hacer tu organización para acometer un plan de recuperación post-COVID? (negocio digital, cultura, tecnología, acondicionamiento instalaciones, etc.) **Empresas +100 empleados**



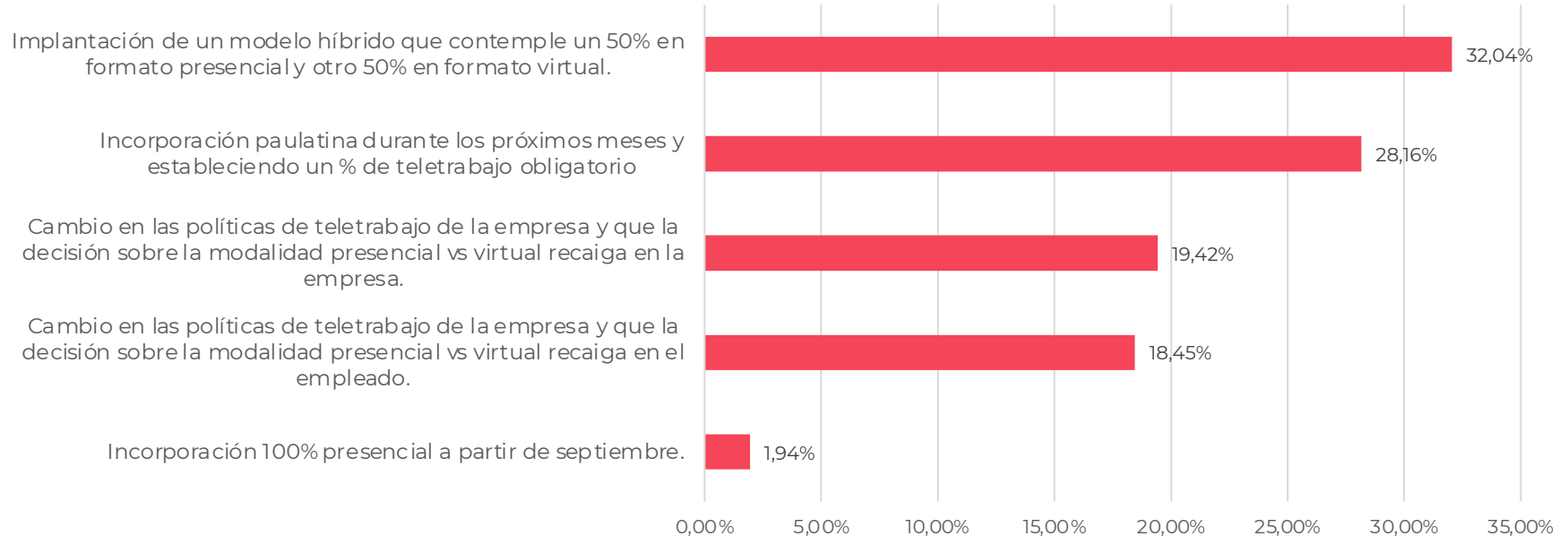
# ¿A qué retos se enfrenta el liderazgo del CEO en esta “nueva normalidad”?



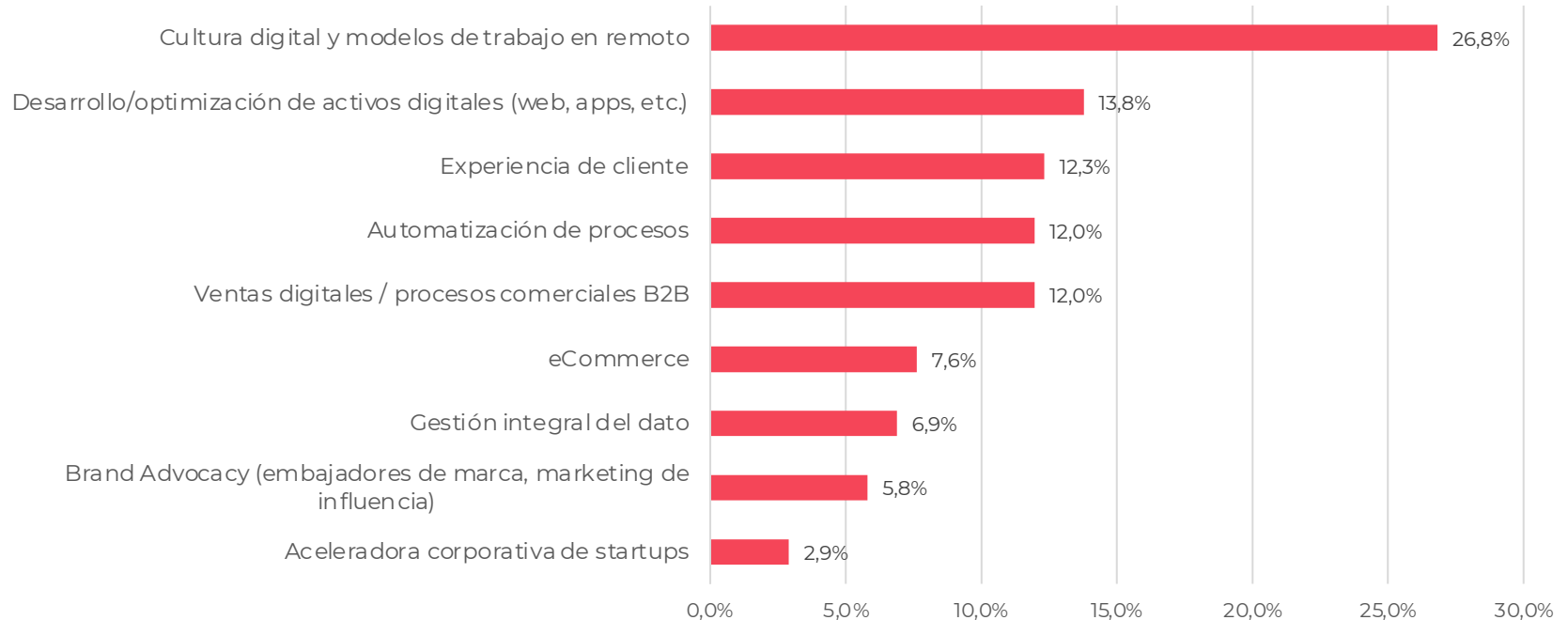
# ¿Cómo tiene planificada tu organización el regreso a la oficina/sede corporativa?



# ¿Cómo consideras que debería realizarse el regreso a la oficina/sede corporativa?



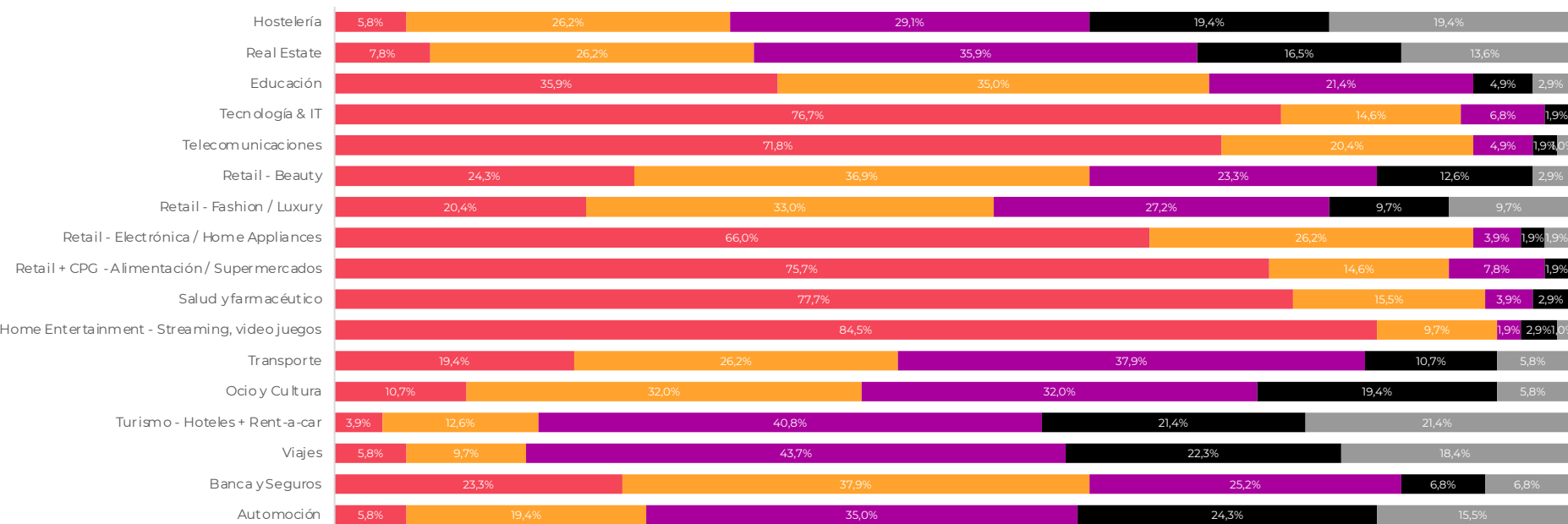
# Desde el cese del estado de alarma, ¿qué tipología de proyectos digitales se han acelerado en tu organización?



Resultados

# ¿Qué horizonte de recuperación estimas para los siguientes sectores? 5ª oleada

■ 6 meses ■ 6 -12 meses ■ 12 - 18 meses ■ 18-24 meses ■ + de 24 meses

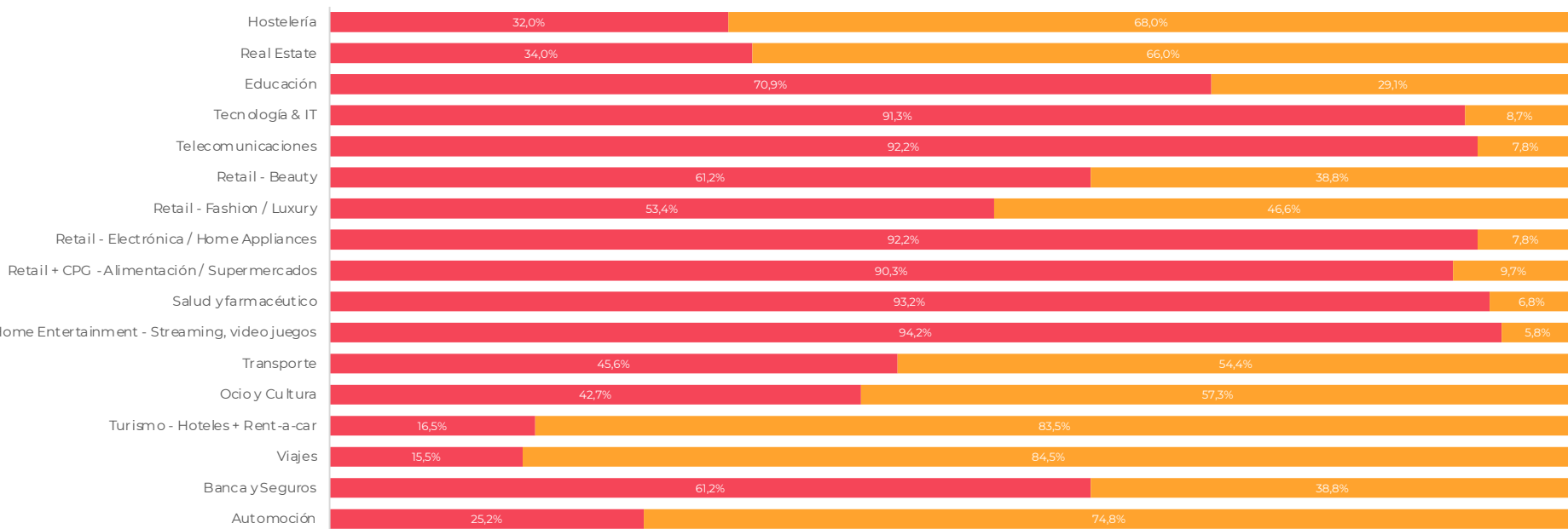




Resultados

# ¿Qué horizonte de recuperación estimas para los siguientes sectores? 5ª oleada

■ Menos de 12 meses ■ Más de 12 meses



# Metodología

## Objetivo

Compartir información y aportar valor a los profesionales del marketing conociendo su percepción sobre cuestiones como la confianza del consumidor, el impacto en la inversión publicitaria o su perspectiva sobre la recuperación en un escenario lastrado por la crisis COVID-19.

**Tipología de encuestado/a:** directores/as y profesionales del ámbito del marketing y la comunicación.

**Muestra 5ª oleada:** 103 participantes.

**Duración estimada encuesta:** 6 minutos.

**Tiempo activación 5ª oleada:** 7 al 12 de septiembre.

**Herramienta para la configuración de la encuesta:** Google Forms.

**Diseño:** 8 preguntas múltiples.

# Good Rebels

Data. Design. Creativity. Tech.

Barcelona · Brighton · Ciudad de México · Madrid

[goodrebels.com](https://goodrebels.com) · [@GoodRebels](https://twitter.com/GoodRebels)